基于高校新媒体工作室模式的互联网媒体行业人才培养探索与实践

摘　要：近几年，随着新媒体行业的迅猛发展，不仅对传统的新闻传播行业带来冲击，同时也对高校相关专业的人才培养提出了更高的要求和挑战。以茂名职业技术学院新媒体工作室（茂职生活圈）的人才培养模式为例，探索校企政三方联动、栏目导向、多渠道培训等方面的人才培养模式，不断推进人才培养理论与实践的创新融合，为互联网媒体行业输送合格的新媒体人才。

关键词：高校新媒体工作室；互联网媒体；人才培养；新媒人才
中图分类号：G642　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）04-110-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.04.036

文 / 梁燕

1. 高校新媒体工作室的背景环境

近几年，国内各高校涌现出一大批新媒体工作室，致力于打造校园文化宣传阵地，对于提升学校品牌形象，进行舆论监督管理，传播校园文化等方面起到重要作用。各新媒体工作室在高校内的性质归属也不太一样，大致可分为官方新媒体工作室和非官方新媒体工作室两大类。其中，官方新媒体工作室主要隶属校党委、校团委、学工处、招生办等部门；而非官方新媒体工作室大部分属于学生自媒体团队或者教师工作室。

据克劳锐 2018 中国自媒体行业白皮书显示：目前，我国新媒体从业人员数量已经超 300 万，新媒体人员从稀缺开始变得泛滥，行业竞争已经进入白热化阶段。这不仅对传统的新闻传播行业带来冲击，同时也对高校相关专业的人才培养提出了更高的要求和挑战。据调查，高校官方新媒体工作室学生成员大部分来自对新媒体行业有兴趣的同学们，而这批同学在未来选择就业岗位时，也会更加倾向于选择新媒体行业。因此，高校新媒体工作室人才培养对学生未来的就业竞争力起到至关重要的作用。

2. 互联网媒体行业人才对高校新媒体工作室的态度

2019 年 1 月，笔者针对互联网媒体行业人才背景做了一次调研，共收到来自全国 12 个城市的 111 份数据。调研数据显示，目前互联网媒体行业的从业人员中，超过四成的人大学所学专业与新媒体行业毫无关系（见图 1），从一定程度上说明了互联网媒体行业的人才包容性与广泛性。超过七成的人在大学期间参加过新媒体类工作室，另有 8% 左右的人曾经自己创立过新媒体类工作室（见图 2）。

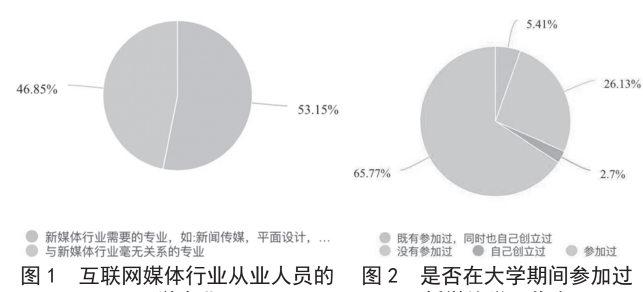


图 1　互联网媒体行业从业人员的所学专业　　图 2　是否在大学期间参加过新媒体类工作室

2.1 高校新媒体工作室的模式值得肯定

问卷显示，假如重新回到学生时代，你是否愿意加入新媒体工作室类的组织，约有 95% 的人表示愿意（见图 3），究其原因，有些人表示喜欢团队的氛围，有些人则表示可以锻炼自己，快速提升能力；你更喜欢工作室团队，还是自己单打独斗？有 95.5% 的人表示更喜欢工作室团队（见图 4）。



图 3　是否愿意加入新媒体工作室类的组织　　图 4　更喜欢工作室团队，还是自己单打独斗

2.2 工作室团队的优势和存在问题

相比单打独斗，你认为参与工作室团队的优势是什么？（见图 5）约有 86.% 的人认为可以与一群志同道合

基金项目：茂名职业技术学院教研项目“基于新媒体教师工作室模式的互联网媒体行业人才探索与实践”。

的小伙伴互相学习和交流；约有 73.9 的人认为是指导老师或者室的师兄师姐传授经验；约有 72% 的人认为有更多的机会渠道参与真实的企业项目。你认为工作室团队中主要存在哪些问题？（见图 6）约有 61.2% 的人认为体系庞大，工作量和人数不匹配，工作量不饱满，约有 46.85% 的人认为团队内总有人偷懒不干活；约有 41.44% 的人认为运行拖沓，效率低。

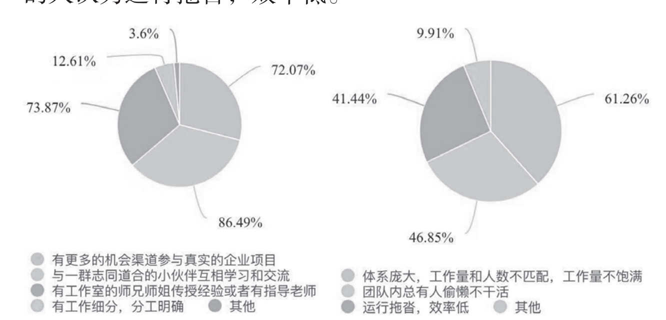


图 5　参与工作室团队的优势　图 6　工作室团队中主要存在哪些问题

3. 高校新媒体工作室的运营模式分析

按部门运营的方式开展，这是高校官方新媒体工作室最为常见的运营模式，通常分为新闻部、评论部、摄影部、设计部、视频部等部门。各部门工作职责细化，分工明确，但是体系过于庞大，工作量与人员数量不匹配，存在工作量不饱满，运行拖沓，效率低下等问题。

按栏目运营的方式开展，每个栏目自成一个小团队，小团队成员之间相互讨论栏目的内容创作，可以全面了解栏目运作，各个环节都可涉足和了解。以茂名职业技术学院新媒体工作室为例，分为校园壹视频、校园壹访谈、小茂新闻、晚安茂职等栏目，与企业中的项目团队相似。

在调研数据中发现，约 82% 的互联网媒体行业人员认为高校新媒体工作室按栏目运营的模式更好，仅有 18% 的人倾向于按部门运营的模式。

4. 高校新媒体工作室人才培养目标

4. 1 培养媒体人的职业敏感度

它既包括新闻敏感度，也包括对市场的洞察力和敏锐度，是一种能够迅速准确地识别事件价值的能力，是需要在长期的新闻工作实践中培养锻炼出的一种特殊的工作素质。高校新媒体工作室的团队氛围和项目压力，不仅可以挖掘和提升在校大学生对新闻事件的敏锐度和洞察力，还可以促进成员之间的相互影响和思想碰撞。

4. 2 培养既有互联网思维又有媒体情怀的全媒体人才

简单来说，就是要求从业人员从单一兵种“纸上谈兵”转向多兵种“联合作战”。全媒体思维能力是当前与今后不可缺失的素质，互联网媒体从业人员不仅需要掌握内容策划、采编、摄影摄像、图像处理、后期剪辑、信息加工整合能力等各种技能，同时，还需要具备互联网思维能力。高校新媒体工作室的运营模式，无论是按部门、还是按栏目，都可以有效地激发在校大学生的各项潜能和学习兴趣。

5. 高校新媒体工作室建设方向

5. 1 队伍建设

以数字媒体应用技术、传播与策划、新闻传媒等相关专业教师为主，以企业及事业单位为依托，邀请高校、网络传媒公司、事业单位等互联网媒体技术人员加入工作室教师团队，成立“校、企、政”三方共同参与合作的工作室教师团队，完成工作室教师队伍的组建，为服务企业及社会奠定基础。同时，不断吸收新的教师和学生加入工作室，壮大师资队伍，开展以老带新，让技术成熟的学生辅导新加入的学生，实现学生梯队可持续发展。通过工作室，将互联网媒体行业中零散的企业、事业单位资源整合，作为学院相关专业人才培养的载体。

5. 2 培养及训练

对学生进行课堂外的深度培养和训练，提高工作室学生团队的实践能力，带领学生参与社会及企业活动采访、视频拍摄剪辑、公众号建设维护等项目；加深学生对互联网媒体行业工作流程的认识，带领学生到企、事业单位参观学习交流，每年平均到企事业单位参观学习交流不少于 4 次；带领学生参加各级各类相关技能大赛，通过项目实践，提升专业能力和水平。媒

参考文献

[1] 陈解放 . 以校企合作工学结合为高职类型特色创新的抓手 [J]. 中国高等教育，2008（9）.

[2] 万鹏 . 高校新媒体工作室的建设研究 [J]. 知音励志（社科版），2017（5）.

[3] 程从琳，李琳，刘森，等 . 新媒体时代打造大学生网络文化工作室的必要性与可行性 [J]. 科教导刊，2017（5）.

（作者单位：茂名职业技术学院）